



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Moda transportasi udara menjadi salah satu alternatif untuk menempuh perjalanan jarak jauh dengan efisiensi dan efektivitas waktu, mengangkut banyak orang, serta menunjang pariwisata. Kehadiran transportasi udara juga harus diikuti dengan peningkatan mutu layanan bandara.

Menurut data yang diperoleh dari Direktorat Jenderal Perhubungan Udara (2016), jumlah lalu lintas penerbangan dan penumpang mengalami penurunan, baik penerbangan domestik maupun internasional. Tercatat lalu lintas penumpang pada tahun 2014 sebanyak 87.105.716 jiwa (datang) dan 71.286.684 jiwa (berangkat) untuk penerbangan domestik, serta 13.813.021 jiwa (datang) dan 14.511.720 jiwa (berangkat) untuk penerbangan internasional. Sedangkan, lalu lintas penumpang pada tahun 2015 sebanyak 54.837.827 jiwa (datang) dan 52.141.253 jiwa (berangkat) untuk penerbangan domestik, serta 10.096.073 jiwa (datang) dan 10.334.544 jiwa (berangkat) untuk penerbangan internasional.

Terjadinya penurunan lalu lintas penumpang bisa disebabkan oleh berbagai macam faktor. Salah satu faktor yang dapat memengaruhi adalah fasilitas dan pelayanan di bandar udara yang akan berdampak pada kepuasan penumpang. Sebagaimana diketahui masih terdapat berbagai

permasalahan-permasalahan dalam pengelolaan bandar udara, baik dalam hal layanan, keamanan, maupun keselamatan penerbangan. Menurut laporan CNN Indonesia, “Masalah Penerbangan Tak Hanya Salah Maskapai” (2016, para. 1), Wakil Presiden Indonesia Jusuf Kalla mengungkapkan masalah penerbangan di Indonesia tidak hanya dibebankan pada pihak maskapai penerbangan saja. Masalah infrastruktur di berbagai bandar udara di Indonesia pun menjadi salah satu penyebab persoalan yang perlu segera diatasi.

PT Angkasa Pura II (2017) merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara yang bergerak dalam bidang usaha pelayanan jasa kebandarudaraan dan pelayanan jasa terkait bandar udara di wilayah barat Indonesia. PT Angkasa Pura II (Persero) telah menunjukkan kemajuan dan peningkatan usaha yang pesat dalam bisnis jasa kebandarudaraan melalui penambahan berbagai sarana prasarana dan peningkatan kualitas pelayanan pada bandara yang dikelolanya. Kini, PT Angkasa Pura II (Persero) telah mengelola 13 bandara, antara lain Bandara Soekarno-Hatta (Jakarta), Halim Perdanakusuma (Jakarta), Kualanamu (Medan), Supadio (Pontianak), Minangkabau (Padang), Sultan Mahmud Badaruddin II (Palembang), Sultan Syarif Kasim II (Pekanbaru), Husein Sastranegara (Bandung), Sultan Iskandarmuda (Banda Aceh), Raja Haji Fisabilillah (Tanjungpinang), Sultan Thaha (Jambi), Depati Amir (Pangkal Pinang), dan Silangit (Tapanuli Utara).

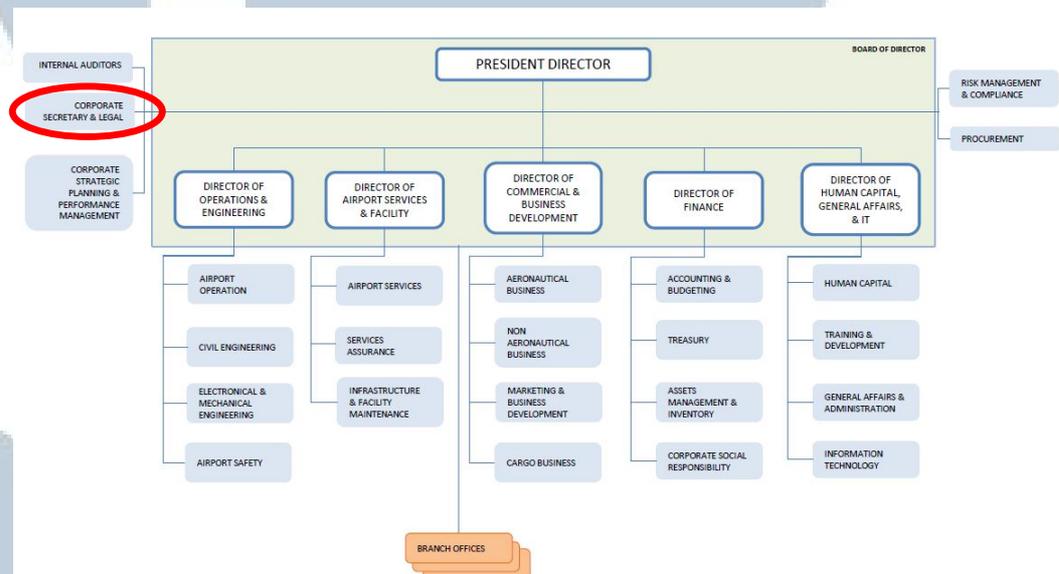
PT Angkasa Pura II (2017) menjelaskan bahwa dalam perjalanan bisnisnya, PT Angkasa Pura II (Persero) telah berhasil memperoleh berbagai penghargaan dari berbagai instansi. Penghargaan tersebut merupakan apresiasi kepercayaan masyarakat atas *performance* perusahaan dalam memberikan pelayanan. Namun, di tengah apresiasi yang telah diperoleh, PT Angkasa Pura II (Persero) memiliki visi *The Best Smart Connected Airport in The Region*, khususnya di lingkup Asia.

Kehadiran Kualanamu *International Airport* dan Terminal 3 *Ultimate* Soekarno-Hatta merupakan pintu gerbang yang mendukung PT Angkasa Pura II (Persero) mencapai visi tersebut. Sejak dilakukannya *soft opening* Terminal 3 *Ultimate* Soetta pada 9 Agustus 2016, muncul berbagai apresiasi masyarakat terhadap karya anak bangsa tersebut melalui media massa akan kemegahan dengan desain yang *modern*, kecanggihan teknologi yang digunakan, dan unsur Nusantara yang terkandung di dalamnya.

Menurut data yang diperoleh dari *Intelligence Media Management* (2016), di tengah apresiasi yang diberikan kepada Terminal 3 *Ultimate*, muncul juga beberapa pemberitaan negatif terkait pembangunan infrastruktur T3 *Ultimate* yang masih belum memadai. Mulai dari *delay* penerbangan, gangguan listrik, sistem komputer yang *down*, petunjuk arah yang minim, banjir, dan sebagainya. Jelang beberapa hari dari *soft opening* Terminal 3 *Ultimate* Soetta tepatnya pada 15 Agustus 2016, tercatat *tone* pemberitaan di media cetak 65,3% negatif, 14,7% positif, dan 20% netral.

Mayoritas pemberitaan negatif pada saat itu membahas tentang permasalahan banjir di Terminal 3 *Ultimate* Soetta yang disebabkan oleh tempias air hujan yang lebat dan luapan dari saluran pembuangan air. Dalam hal ini, komunikasi korporat menjadi sangat penting, baik dengan pihak internal maupun eksternal (media).

**Gambar 1.1 Struktur Organisasi Kantor Pusat
PT Angkasa Pura II**



(Sumber: www.angkasapura2.co.id)

Komunikasi korporat di PT Angkasa Pura II (Persero), salah satunya dijalankan oleh Sub Unit *Public Relations* yang dipimpin oleh pejabat setingkat manajer (*Head of Corporate Secretary and Legal*). Sub Unit *Public Relations* memiliki peran utama dalam komunikasi korporat dengan

bertanggung jawab terhadap seluruh aktivitas komunikasi korporat untuk 13 bandara di wilayah kerja PT Angkasa Pura II (Persero).

Di samping menangani pemberitaan-pemberitaan negatif dari 13 bandar udara yang dikelolanya, Sub Unit *Public Relations* PT Angkasa Pura II (Persero) juga disibukkan oleh berbagai kegiatan kampanye bandar udara baru (*branding*), aktivitas *media relations*, hingga kegiatan administrasi perkantoran. Upaya mengampanyekan bandar udara baru ini merupakan bagian dari *branding* yang dilakukan secara konsisten. Adapun Sub Unit *Institutional Relations* yang berdampingan dengan Sub Unit *Public Relations* yang mengatur hubungan antar lembaga (dalam negeri dan luar negeri), hubungan dengan LSM, serta kegiatan kesekretariatan untuk dewan direksi. Unit Legal bertanggung jawab terkait dengan regulasi yang mencakup mengelola, merencanakan, mengevaluasi, dan melaporkan kegiatan fungsi peraturan dalam hal penyusunan dan penelahaan peraturan, pendokumentasian peraturan perundang-undangan internal dan eksternal, serta distribusi peraturan perundangan-undangan. Namun, sering kali terjadi tumpang tindih, baik dalam unit tersebut, maupun melibatkan unit lainnya karena dalam Sub Unit *Public Relations* tidak adanya pembagian tugas dan tanggung jawab yang spesifik dari setiap *staff*-nya. Akibat yang ditimbulkan kinerja *Public Relations* menjadi tidak efektif dan efisien.

Seringkali dalam menyelesaikan satu persoalan komunikasi memakan waktu cukup lama. Hal ini terlihat dari terjadinya *miscommunication* dalam penyampaian pesan ke media, tidak adanya

kejelasan siapa yang menjadi *spoke person*, dan tidak adanya *brief* atau pemberian kejelasan informasi terlebih dahulu kepada *spoke person* sehingga efek pemberitaan tidak dapat terkontrol secara maksimal. Contohnya, saat beredar pemberitaan negatif Angkasa Pura II menayangkan konten video *travel blogger* tanpa izin pemiliknya Sutiknyo (@LostPacker) di area Terminal 2F Bandara Internasional Soekarno-Hatta. Saat itu PT Angkasa Pura II (Persero) cenderung lamban dalam menanggapi respon media sehingga pemberitaan negatif semakin berkepanjangan. Selain itu, klarifikasi yang diberikan oleh pihak PT Angkasa Pura II (Persero) lebih kepada menjelaskan bahwa hal tersebut adalah kesalahan dari vendor (PT Boomee) tanpa meminta maaf terlebih dahulu. Hal tersebut dapat menjadi titik lemah pada kinerja Sub Unit *Public Relations* PT Angkasa Pura II (Persero).

Berdasarkan Siaran Pers yang dibuat oleh Unit *Corporate Secretary* PT Angkasa Pura II (Persero) pada 16 Maret 2017 dalam *website* perusahaan, tuntutan komunikasi korporat juga semakin meningkat atas pencapaian Bandara Internasional Soekarno-Hatta yang ditetapkan sebagai pemenang kategori *The World's Most Improved Airport 2017* (peringkat pertama) dalam ajang *World Airport Awards* yang diselenggarakan oleh Skytrax di Amsterdam, Belanda pada 14 Maret 2017 (waktu setempat). Para pemenang dalam ajang penghargaan ini ditentukan berdasarkan *The Skytrax World Airport Survey*, yakni survei independen terhadap 13,82 juta responden dari 105 negara yang dilakukan di 550 bandara seluruh dunia

pada Juli 2016 hingga Februari 2017. Survei ini mengevaluasi pengalaman *traveler* terhadap fasilitas dan produk bandara mulai dari *check-in*, kedatangan, transit, belanja, keamanan dan imigrasi, hingga ke *gate* keberangkatan. Penghargaan ini menggarisbawahi seberapa besar upaya Bandara Internasional Soekarno-Hatta terus melakukan peningkatan standar, di antaranya melalui Terminal 3 *Ultimate* Soekarno-Hatta.

Topik ini penting untuk diteliti karena seiring meningkatnya perkembangan dan pertumbuhan bisnis perusahaan, maka diperlukan strategi komunikasi korporat yang baik untuk mencapai tujuan perusahaan. Jika tidak, kinerja *Public Relations* PT Angkasa Pura II (Persero) yang dalam hal ini menjadi sub unit untuk menjalankan peran utama komunikasi korporat tidak akan menunjukkan peningkatan kinerja yang signifikan. Hal ini mendorong keingintahuan peneliti untuk mengkaji lebih dalam mengenai strategi komunikasi korporat PT Angkasa Pura II (Persero) guna membangun citra *The Best Smart Connected Airport in The Region*, khususnya di lingkup Asia.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan yang ingin diteliti adalah:

1.2.1 Bagaimana strategi komunikasi korporat PT Angkasa Pura II guna membangun citra *The Best Smart Connected Airport in The Region*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, adapun tujuan dari penelitian ini, antara lain:

- 1.3.1 Menganalisis bagaimana strategi komunikasi korporat PT Angkasa Pura II guna membangun citra *The Best Smart Connected Airport in The Region*.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini, di antaranya:

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini akan memberikan kontribusi pemikiran dalam proses perkembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang *Public Relations*. Semakin berkembangnya bisnis perusahaan, maka proses manajemen *Public Relations* (analisis hingga evaluasi) merupakan hal yang penting untuk dilakukan guna mencapai tujuan perusahaan yang dalam hal ini adalah membangun citra perusahaan.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam pengambilan keputusan dan kebijakan untuk meningkatkan kinerja Sub Unit *Public Relations* PT Angkasa Pura II (Persero) mulai dari proses perencanaan hingga evaluasi suatu program *Public Relations*.